



ПРИЛОЖЕНИЕ НА ГРАФИЧНИЯ ДИЗАЙН ЗА НУЖДИТЕ НА МОДНАТА ИНДУСТРИЯ

Яна Василева

APPLICATION OF GRAPHIC DESIGN TO THE FASHION INDUSTRY

Yana Vasileva

ABSTRACT: This article aims to explore the application that is graphic design to the fashion industry and symbiosis, which differentiates between graphic design and fashion industry. The modern fashion industry was formed under the impact of new trends provoked by contemporary cultural environment. To be able to meet the requirements and market needs, the major manufacturers use the services of advertising agencies to build their image and vision of a brand.

Key words: advertising, brands, design, fashion, graphic design, industry, labels, sales, trademarks

Въведение

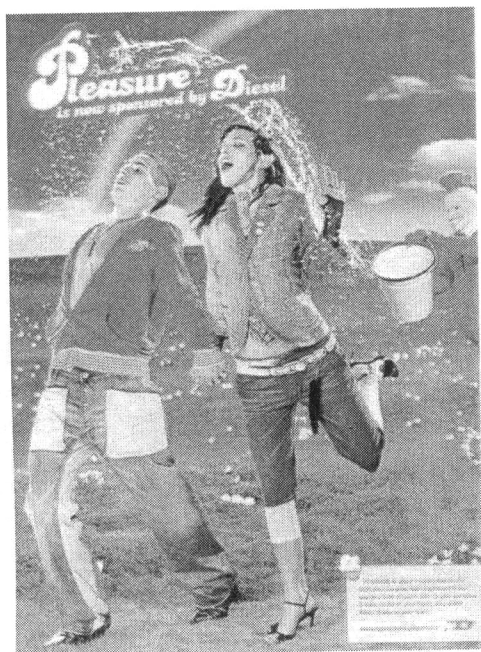
Съвременната модна индустрия се формира под въздействието на новите тенденции, провокирани от съвременната културна среда. За да могат да отговорят на изискванията и потребностите на пазара, големите производители прибегват до услугите на рекламни агенции, които да изградят имиджа и визията на дадената марка. В този смисъл продуктите на графичният дизайн играят съществена роля при лансирането и утвърждаването на модните марки. Голяма част от продуктите на графичния дизайн са подчинени на нуждите на модната индустрия и съвместно допринасят за оформянето на цялостния облик на модните артикули. Водещите търговски марки разполагат с рекламни отдели, в който съвместно работят графичните и модни дизайнери при създаването визиите и рекламната на новите модни колекции.

Приложението на графичният дизайн в модата има различни проявления, но най-силно е неговото присъствие в областта на рекламната и маркетинга. Излизането на всяка нова колекция е съпътствано с масивна рекламна кампания, която има за задача да привлече вниманието на потребителите към съответните стоки на марката. Всяка година производителите на облекла инвестират милиони за външна реклама: билбордове, плакати и постери, без които лансирането на новата продукция би била затруднена. Силната конкуренция на пазара принуждава производителите да търсят различни форми на изява. Ус-

пешният маркетинг и правилно адресираната реклама са определящ фактор и неизменно допринасят за повишаване процентните продажби. С помощта на рекламните материали новите визии на брендовете достигат до потребителите. Предназначението на всички форми на реклама е да провокират интереса на клиента и да насочат неговото внимание върху точно определен бранд, които е обект на реклама. В този смисъл печатната реклама притежава силата да манипулира и налага на потребителите новите тенденции и в същото време да оказва влияние върху общите вкусове. Асимилирането на основната идея вложена в модните линии се подпомага от рекламната и оказва въздействие върху потребителите при избора на новите стоки.

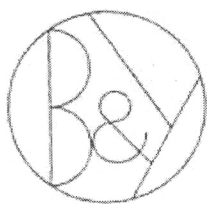
Големите производители са склонни да рискуват с нестандартни, провокативни дори шокиращи реклами, за да привлекат вниманието на определена таргет група. Пример за успешна реклама е кампанията на производителите на дънкови облекла "Diesel". През зимата на 2002 година те пускат на пазара нова колекция облекла, предназначени за младата аудитория. Замисълът на колекцията е да внуши жажда за живот и стремеж към пълна свобода, които успешно са пресъздани в постерите, билбордовете и цялата гама рекламни материали. Плакатите са атрактивни с ясно изразена концепция. Посланието е предадено чрез изразните средства на графичният дизайн – образ, цвят, текст обединени в цялостна композиция. Постерите изобилстват от ярки цветове, фигурите са жиз-

нени, енергични и бликат от енергия. Цялото внушение е изразено еднозначно и е съобразено с таргет групата, към която е насочена новата колекция. (Фиг.1)



Фиг. 1. Постер на марката "Diesel"

Силата и внушението на графичният дизайн не се изразява само във външната реклама. Голямо въздействие върху клиентите може да се постигне и чрез корпоративната реклама. Художествената изработка на логото на дадена марка е от изключителна важност за успешната ѝ реализация. Потребителите са свикнали да асоциират определен производител на дрехи с неговият запазен знак - лого. В този смисъл успешното нагане на даден бранд до известна степен зависи и от символиката, която внушава неговото лого. Да вземем за пример запазената марка на производителя на облекла "Beauty & youth". (Фиг.2)



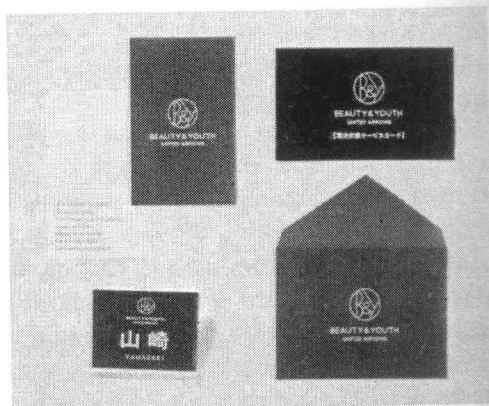
BEAUTY & YOUTH

Фиг. 2. Логото на "Beauty & youth"

Цялостният графичен дизайн на логото излъчва класа и стил, което е характерно и за цялостната линия на марката, която се отли-

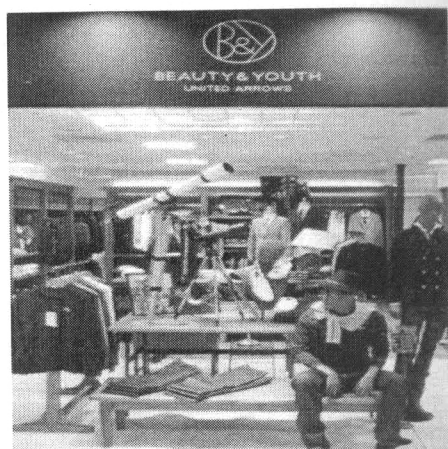
чава с изчистен и леко косервативен стил. Посланието е предадено, чрез символиката вложена в запазеният знак, което достига до крайните клиенти и ги ориентира каква е областта на дейност на фирмата.

Логото е от изключителна важност, тъй като неговата функция е информативна и в същото време асоциативна за клиентите на марката. При създаване на тотал дизайн, запазенят знак се поставя на всички фирмени рекламни материали, които включват: визитки, бланки, пощенски пликове, папки, картички, химикалки, тениски, шапки, реклами върху автомобили и други. (Фиг.3)



Фиг. 3. Тотал дизайн "Beauty & youth"

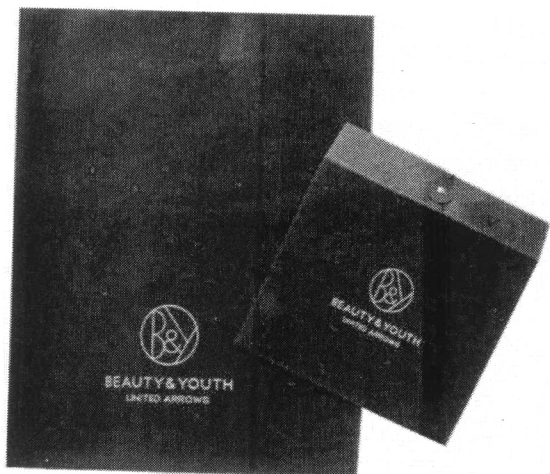
В модната индустрия от особена важност са дизайнът на етикетите и опаковъчните хартии. Марката е запазила общото дизайнерско решение, което може да се усети и в подредбата на техните магазини. (Фиг.4)



Фиг. 4. Магазин на "Beauty & youth"

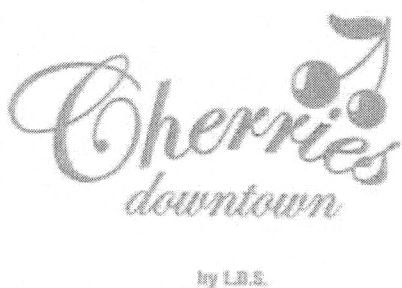
Цялостната дизайнерка линия на марката се запазва и в рекламните торби, които са на особена почит сред клиентите. (Фиг.5) Брошурите и всички печатни реклами, които се публикуват в различни модни списания също

са подчинени на общият стил на бранда и се отличават със стил и умерен графичен дизайн.



Фиг. 5. Рекламни материали на марката "Beauty & youth"

Модните артикули на марката "LDS" са пълната противоположност на горе описаната класическа линия. Брандът е насочен към ексцентрични млади дами, които не се страхуват да изразят себе си. Марката е разработила линията "Cherries Downtown" за висококачествено дамско бельо. Тъй като стоките са ориентирани към младата жена, която е в активна възраст, дизайнът на дрехите е съобразен с тези характеристики. Дрехите са закачливи, провокативни, ексцентрични. Тази стилистика е отразена и в логото на серията, което също отговаря на цялостната визия на бранда. (Фиг.6)



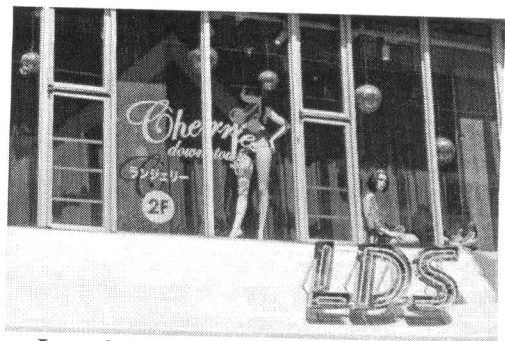
Фиг. 6. Логото на линията за бельо "Cherries Downtown" на "LDS"

Рекламните пазарски торби са в ярки цветове, които привличат вниманието на клиентите. (Фиг.7)



Фиг. 7. Рекламни торби на линията "Cherries Downtown" на марката "LDS"

Логото участва в оформлението на рекламните материали и е централно разположено върху витрините на цялата верига фирмени магазини. (Фиг.8)



Фиг. 8. Магазин на марката "LDS"

Графичният дизайн на рекламните материали на дадена модна марка се определя не само от таргет групата на потребителите, а и от вида на стоките които се предлагат. Някои производители разширяват дейността си и предлагат козметика и аксесоари в допълнение към модната си линия. Това налага тиражирането на логото на марката върху опаковките на различните артикули на производителя.

Дизайнерът Jeffrey Fulvimary е оновател и собственик на марката „Babbypin“. Брандът предлага козметични продукти, дрехи и аксесоари предназначени за тинейджъри. Разнообразният асортимент се допълва от канцеларски материали, чанти, кожени изделия, стоки за баня, часовници, списания, керамика, шалове, и обувки. Тези продукти се продават в големите търговски обекти в Америка и Азия. Характерен белег за цялостната визия на марката е наивистичната линейна рисунка, която

се е превърнала в запазена марка на бранда и присъства върху опаковките на всичките му артикули. (Фиг. 9)



Фиг. 9. Опаковки на марката „Babypin“

Собственикът на марката е художник, който работи в областта както на модния дизайн така и в рекламната графика. В същото време пренася своя характерен стил и в илюстрациите на книгата “The english roses”, с автор Мадона. (Фиг. 10)



Фиг. 10. Корицата на книгата “The English Roses”

Заклучение.

Приложението на графичния дизайн в модата е разностранно и оказва огромно влияние върху функционирането на цялата индустрия. Неговото въздействие върху потребителите допринася за увеличаване процента на продажбите. Печалбите в този сектор са от огромно значение както за предприятията така и за икономиката в световен мащаб.

Литература

1. Toth, Mike, and Damato, Jennie, 2002 “Fashion icon: the power and influence of graphic design”, *Rockport publishers*, pp.38-41
2. Megumi Suzuki, 2007, “Fashion Brand Graphics”, *Pie Books*, 40-43, pp. 118119
3. Bethan Morris, “Fashion Illustrator”, 2006, *Laurence King Publishing Ltd*, pp. 192-194

ас. Яна Стефанова Василева

Нов Български Университет

Департамент Дизайн и архитектура

Адрес: София, кв. Овча купел, ул. Монтевидео

№ 21, корпус 2, ет.5, офис 509

e-mail: yvasileva@nbu.bg